

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM**  
**TALIWANG H JENK**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat dalam  
Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



**Disusun Oleh:**

Surya Cipto Rinjani Putra

42318010044

**Dosen Pembimbing:**

Ir. Edy Muladi, M.Si

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**2022**

|                                                                                   |                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA</b><br><b>KOMPREHENSIF LOKAL</b><br><b>FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF</b><br><b>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b> |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Surya Cipto Rinjani Putra  
 Nomor Induk Mahasiswa : 42318010044  
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
 Judul Tugas Akhir : PERANGANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM  
 TALIWANG H JENK

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 19 Juli 2022

Yang memberikan pernyataan,



**Surya Cipto Rinjani Putra**



**LEMBAR PENGESAHAN  
SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL  
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



Semester : 8

Tahun Akademik : 2021-2022

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM  
TALIWANG H JENK

Disusun Oleh,

Nama Mahasiswa : Surya Cipto Rinjani Putra

Nomor Induk Mahasiswa : 42318010044

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan **LULUS** pada Sidang Sarjana Tanggal 19 Juli 2022

Pembimbing,

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Ir. Edy Mulady, M.Si

Jakarta, 01 Agustus 2022

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir

Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn



Ketua Program Studi

Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

# PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM TALIWANG H JENK

Oleh :

**Surya Cipto Rinjani Putra**

NIM 42318010044

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain Dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana

## ABSTRACT

In business Brand is a life, by definition a brand is an identity to distinguish them from other products, in branding it is necessary to have a characteristic to be different from competing products or brands by visualizing identity, visual brands can be in the form of logos, colors, names, which represents the philosophy of a business company, one form of business brand can develop in the culinary market, namely MSMEs, but along with the times, many MSMEs do not have brands, these business actors still use traditional methods that are far from digital technology as their business tools. , the need for branding to strengthen their identity as businessmen in the culinary field, before branding is carried out the need for research and analysis of competitors who have or do not have brands so that the branding process can be conceptualized carefully and minimize failures in the branding process.

**Keywords:** *Branding, Visual Branding, Visual Identity*

# PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM TALIWANG H JENK

Oleh :

**Surya Cipto Rinjani Putra**

NIM 42318010044

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain Dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana

## ABSTRAK

Dalam bisnis Brand merupakan sebuah nyawa, secara definisi brand merupakan sebuah identitas untuk membedakan mereka dari produk yang lain, dalam branding perlu adanya ciri khas untuk menjadi pembeda dengan produk ataupun brand kompetitor dengan cara visualisasi identitas, visual brand bisa berupa logo, warna, nama, yang mewakili filosofi sebuah perusahaan bisnis tersebut, salah satu bentuk brand bisnis bisa berkembang di pasar kuliner yaitu UMKM, namun seiring perkembangan zaman banyaknya UMKM tidak memiliki brand, para pelaku usaha ini masih menggunakan metode tradisional yang jauh dari kata teknologi digital sebagai alat bantu bisnis mereka, perlunya branding bisa memperkuat identitas mereka sebagai pembisnis di bidang kuliner, sebelum branding dilakukan perlunya riset dan analisa terhadap para kompetitor yang sudah atau belum memiliki brand agar proses branding bisa terkonsep secara matang dan meminimalisir kegagalan dalam proses branding.

**Kata kunci :** *Branding, Visual Branding, Identitas Visual*



## KATA PENGANTAR

Di dalam menjalani masa pendidikan saat menjadi mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercubuana Jakarta, tugas akhir adalah sebagai matakuliah yang wajib diambil untuk dapat menyelesaikan studi sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana. Sejalan dengan maksud tersebut, perancangan ini disajikan dengan format seperti tugas akhir dan diberi judul, PERANCANGAN VISUAL BRANDING UMKM AYAM BAKAR TALIWANG H JENK LOMBOK Dalam proses perancangannya, kegiatan Visual Branding ini berpedoman pada hal hal yang dapat membantu membuat sebuah branding, Perancangan ini bertujuan untuk memberikan petunjuk atau Urutan atau cara membangun sebuah Branding. Semoga perancangan ini dapat memberi kemudahan dan petunjuk bagaimana untuk masyarakat luas bagaimana cara membangun sebuah branding yang baik dan sesuai azas-azas umum yang terdapat dalam dunia desain branding. Jakarta, Maret 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juli 2022



Surya Cipto Rinjani Putra

## DAFTAR ISI

|                                                  |     |
|--------------------------------------------------|-----|
| LEMBAR PERNYATAAN .....                          | ii  |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                           | iii |
| ABSTRACT .....                                   | iv  |
| ABSTRAK .....                                    | v   |
| KATA PENGANTAR.....                              | vi  |
| DAFTAR ISI .....                                 | vii |
| DAFTAR GAMBAR .....                              | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                               | x   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                          | 1   |
| A. Latar Belakang .....                          | 1   |
| B. Tujuan Perancangan .....                      | 3   |
| C. Manfaat Perancangan .....                     | 4   |
| D. Permasalahan Perancangan .....                | 5   |
| E. Rumusan Masalah .....                         | 5   |
| BAB II METODE PERANCANGAN .....                  | 6   |
| A. Orisinilitas .....                            | 6   |
| B. Target/Kelompok Penggunaan .....              | 8   |
| C. Relevansi dan Konsekuensi Studi .....         | 8   |
| 1. Pengetahuan .....                             | 8   |
| 2. Keterampilan .....                            | 9   |
| 3. Teknologi yang Dibutuhkan .....               | 9   |
| 4. Biaya Perancangan dan Produksi.....           | 10  |
| 5. Skema Perancangan Proses Desain .....         | 12  |
| BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN .....       | 15  |
| A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan ..... | 15  |
| 1. Definisi Komunikasi Visual .....              | 15  |
| 2. Definisi Branding .....                       | 15  |
| 3. Definisi Visual Branding .....                | 16  |
| B. Nama UMKM/Perusahaan .....                    | 17  |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| C. Data Aspek Teknis Karya Perancangan .....        | 17 |
| 1. Graphic Standart Manual .....                    | 17 |
| 2. Social Media Engagement .....                    | 18 |
| D. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan .....     | 19 |
| 1. Photography Product .....                        | 19 |
| 2. Warna .....                                      | 20 |
| 3. Tipografi .....                                  | 21 |
| 4. Logo .....                                       | 22 |
| 5. Sejarah Singkat Ayam Taliwang .....              | 22 |
| 6. Makanan Dalam Konsep Kebudayaan Suku Sasak ..... | 23 |
| 7. Unsur Visual Budaya Nusantara .....              | 24 |
| BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN HASIL DESAIN.....     | 27 |
| A. Tataran Lingkungan .....                         | 27 |
| 1. Analisa Pengguna .....                           | 27 |
| 2. Kontribusi Pada Masyarakat .....                 | 27 |
| B. Tataran Sistem .....                             | 28 |
| C. Tataran Karya .....                              | 29 |
| BAB V UJI DESAIN.....                               | 44 |
| A. Deskripsi Karya .....                            | 44 |
| B. Kegiatan Uji Desain .....                        | 44 |
| C. Hasil Uji Desain .....                           | 46 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                | 48 |
| LAMPIRAN .....                                      | 49 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Jurnal Ilmiah Sejenis .....              | 7  |
| Gambar 2 Karya Perancangan Sejenis .....          | 7  |
| Gambar 3 Skema Perancangan .....                  | 12 |
| Gambar 4 Product Photography .....                | 19 |
| Gambar 5 Rumah Bale (Rumah Adat suku Sasak) ..... | 23 |
| Gambar 6 Batik Sasambo Suku Sasak .....           | 24 |
| Gambar 7 Konten Promosi .....                     | 29 |
| Gambar 8 Konten Makanan .....                     | 30 |
| Gambar 9 Konten Engagement .....                  | 30 |
| Gambar 10 Moodboard Logo Unsur Budaya .....       | 31 |
| Gambar 11 Moodboard Logo Unsur Makanan .....      | 31 |
| Gambar 12 Sketsa Progress Logo .....              | 33 |
| Gambar 13 Logo Final.....                         | 33 |
| Gambar 14 Code Warna .....                        | 35 |
| Gambar 15 Font pada logo .....                    | 35 |
| Gambar 16 Daftar Menu.....                        | 38 |
| Gambar 17 Konten Instagram .....                  | 38 |
| Gambar 18 Banner .....                            | 39 |
| Gambar 19 Packaging.....                          | 39 |
| Gambar 20 Company Card .....                      | 40 |
| Gambar 21 Peralatan Makan .....                   | 40 |
| Gambar 22 Epron (Celmek) .....                    | 41 |
| Gambar 23 Botol Sabun .....                       | 41 |
| Gambar 24 Stationary .....                        | 42 |
| Gambar 25 Ambient (Suasana) .....                 | 42 |
| Gambar 26 Poster Layar Karya .....                | 45 |
| Gambar 27 Hasil Nilai Sidang .....                | 49 |
| Gambar 28 Hasil Penilaian Dosen Penguji .....     | 50 |

## DAFTAR TABEL

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Tabel 1 Inspirasi Karya.....    | 7  |
| Tabel 2 Biaya Perancangan ..... | 12 |
| Tabel 3 Hasil Uji Design .....  | 47 |

